

“PSO TNGO MVID FMILY SBDO BSS KUNTM N CHAT”(1):  
ACERCA DE LA IDENTIDAD JUVENIL, EL LENGUAJE Y LOS SMS

María Victoria Martín  
Universidad Nacional de La Plata / Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)  
[mvmartin@perio.unlp.edu.ar](mailto:mvmartin@perio.unlp.edu.ar)

## Resumen

Este trabajo presenta una aproximación a la relación entre identidades juveniles y telefonía celular a través de las mediaciones de los SMS, entendidos como código en tensión entre oralidad y escritura. Para dimensionar el fenómeno, señalemos que circularon en septiembre de 2009 más de 5 mil millones de mensajitos (2).

Primero, apuntaremos que las transformaciones en los modos de comunicarnos redefinen las relaciones con los demás y, entonces, también la identidad; luego, se esbozarán las características de la oralidad y de la escritura, para construir la calidad de “híbrido” de estos mensajes. Partiendo de la idea que “somos hablados por nuestro lenguaje”, se abordará la utilización de los celulares y de las prácticas que con (y desde) estos dispositivos configuran e instalan nuevos sentidos en las relaciones cotidianas, como un nuevo código constitutivo de la producción y reproducción de lo social, y a la inversa. Entendemos al lenguaje como modo de configuración de la identidad y la cultura; ya que con él se perfilan las normas y se idean tácticas y estrategias para mediar con ellas. En el mismo sentido, configuran relaciones simbólicas y redefinen vínculos, en este caso, hacia una cultura móvil que genera un *homo mobilis*.

Palabras clave: identidad juvenil, telefonía celular, mensajes de texto, oralidad, escritura.

## El juego identidad/alteridad

Es posible situar la problemática de la identidad como diferencia y, simultáneamente, coincidencia consigo mismo, como una “continuidad (de sus límites) en el cambio”. Los autores, además, diferencian entre formas interiorizadas (simbólicas, estructuras mentales interiorizadas) y formas objetivadas (símbolos objetivados bajo la forma de prácticas, rituales y objetos cotidianos, religiosos, artísticos, etc.) de la cultura: “la cultura realmente existente y operante es la cultura que pasa por las experiencias sociales y los ‘mundos de vida’ de los actores en interacción” (Giménez; 2005: 13). Al respecto, podemos ir adelantando que en las interacciones a través de SMS, alejadas del contacto cara a cara, es la pantalla la que posibilita pero también funciona como barrera para sentirse implicado con el otro. “Si bien puede establecerse un tipo de implicación, esta no tiene el mismo significado que atribuíamos anteriormente (...) La comunicación mediada por las pantallas y por los teclados no impide la acción, sino que la redefine” (Llácer, 1999).

En esta confrontación intersubjetiva y relacional tienen lugar luchas y contradicciones entre el auto y el hetero-conocimiento, ya que la distinguibilidad “supone la presencia de elementos, marcas, características o rasgos distintivos que definan de algún modo la especificidad, la unicidad o la no sustituibilidad de la unidad considerada” (Giménez; 1997:4-5). Entre ellos, Giménez destaca: la pertenencia a una pluralidad de colectivos (categorías, redes y grandes colectividades); la presencia de un conjunto de atributos idiosincrásicos o relacionales y una narrativa autobiográfica que recoge la historia de vida y la trayectoria social de la persona considerada (3). Es decir que la identidad personal es dialógica, fundamentalmente por dos cuestiones: primero, porque en ella intervienen la auto y la heterocomprensión (complementándose y oponiéndose) y, segundo, porque en ella se anudan unidad y pluralidad. En palabras de Martín Barbero la identidad “es la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo. Es al tornarse expresiva de un sujeto individual o colectivo que la identidad depende de, y por lo tanto vive del, reconocimiento de los otros: la identidad se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí que individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás” (Martín-Barbero, 2002: 17).

Resulta evidente, entonces, que las construcciones identitarias son resultado de las interacciones entre los sujetos, lo cual necesariamente implica, en sí misma, comunicación. Esta excede su aspecto lingüístico para entenderse como base de las relaciones sociales generadoras de identidades: “la comunicación, como interacción simbólica, resulta ser el medio a través del cual tiene lugar la socialización humana que acompaña toda la vida del ser social. Es el medio que contribuye a mantener y reforzar el sentido del yo y del otro” (Rizo; 2004). En síntesis, dependo del otro para entenderme y reconocirme en tanto sujeto. Del mismo modo, influye el modo en el que me relacione con los otros, esto es, el lenguaje.

Como señalamos, el modo en que nos comunicamos con los demás es parte constitutiva de la misma relación, ya que implica ciertas formas de producción y consumo simbólico. Martín-Barbero se aproxima al consumo a través de su categorización de las mediaciones y de la crítica al mediacentrismo. Para su conceptualización, retoma cuatro aspectos. En primer término, una

concepción no reproductivista que habilita pensarlo como apropiación cultural y desde sus usos: "...el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales" (Martín-Barbero, 1987:231); esta reivindicación de las prácticas cotidianas no supone una libertad total del consumidor. Luego, pone el énfasis en la dimensión constitutiva del consumo, lo que vincula a los procesos de comunicación con la constitución de identidades y de comunidades: "...parto de la idea de que los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida" (Martín-Barbero, 1995:183). En tercer término, considera la dimensión estratégica de la investigación del consumo ya que frente a la globalización de los mercados se fragmentan los consumos. Finalmente, sostiene que el consumo implica un cambio tanto epistemológico como metodológico en el análisis: se trata de "indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos socialmente construidos, y ubicados en condiciones que son, de parte y parte aunque asimétricamente, producidos y de producción, y por tanto espacio de poder, objeto de disputas, remodelaciones y luchas por la hegemonía" (Martín-Barbero, 1999:21). Por su parte, García Canclini, agrega que cada vez más participamos en una "socialidad" construida predominantemente en procesos de consumo. Este paso de los ciudadanos a los consumidores nos lleva a una participación segmentada que se vuelve "el principal procedimiento de identificación" (García Canclini, 1995).

### Lenguaje, tecnología y cultura

Además de las dimensiones identitarias relacionadas con el consumo que hemos presentado en el apartado anterior, el lenguaje es una de las formas principales en que se expresa, asume y reconoce la identidad. En el caso de la telefonía celular, se trata de una interacción virtual, entre agentes que "no actúan —ni se controlan mutuamente— en presencia inmediata los unos de los otros, sino que se relacionan de manera indirecta, intermediada justamente por algún dispositivo artificial de interacción" (Llácer, 1999), al menos, no en lo que respecta a la situación de intercambio de estos mensajes (ya que pueden tener relaciones por fuera de ellos, que los posibilitan y configuran).

En este sentido, los SMS constituyen formas reflexivas, expresivo-discursivas que dan cuenta de un imaginario que permite posicionarse, estratégicamente, frente a los otros. Si el sistema social es un sistema de significados, como forma objetivada, éste se construye en una codificación de signos y símbolos derivados tanto del pensamiento lógico como del imaginario, en el encuentro entre el lenguaje y la cultura (Halliday; 1994) (4). En otras palabras, el lenguaje es el modo de configuración de la identidad y la cultura, ya que con él se perfilan las normas, las tácticas y las estrategias para mediar con ellas. De aquí que nos resulte imprescindible retomar, aunque más no sea de manera breve, la discusión entre oralidad y escritura, para ver cómo se reconfiguran dichas relaciones: "...fue la impresión, no la escritura, la que de hecho reificó la palabra", señala Walter Ong.

Las tecnologías de los mensajes de texto reintrodujeron la comunicación escrita, aunque con nuevas características: permiten reproducir, también a distancia, un código que mantiene unido a los grupos, un habla particular, veloz gracias a las abreviaturas, y con un componente gestual muy significativo (Cortelazzo; 2000: 29). En esta suerte de "oralidad escrita", aparece una novedosa forma de expresión, enriquecida con ingeniosas maneras de codificar el lenguaje oral y gestual (no verbal).

### Las relaciones entre la oralidad y la escritura

El estudio de las relaciones entre oralidad y escritura fue abordado con diferentes posturas teóricas, generalmente, reduciendo estas relaciones a la subordinación o bien de la escritura a la oralidad, o a la inversa. Las primeras, analizan su origen y argumentan que la oralidad es anterior a la escritura (en la historia de la humanidad como en cada individuo particular). En cambio, concebir a la escritura como superior a la oralidad se basa en la idea de que la primera pertenece a sociedades "evolucionadas", "civilizadas", y a individuos "cultos". Walter Ong propone superar ambas visiones a partir de dos premisas centrales: las funciones que adquieren la oralidad y la escritura son complementarias en las sociedades con escritura (por lo que no podría señalarse alguna superioridad) y además, la oralidad de las sociedades sin escritura es diferente de la oralidad de las sociedades con escritura. Finalmente, Ong aclara que la escritura es un sistema secundario debido a que la expresión oral existe sin la escritura, pero no puede ocurrir lo contrario. Ong se proponía analizar cómo el desarrollo de las tecnologías de la palabra ha configurado, y continúa configurando, las formas en las que el ser humano se relaciona con el conocimiento, consigo mismo y con los demás.

El autor destaca que la aparición de la escritura, al permitir "establecer fuera del pensamiento lo que en realidad sólo puede existir dentro de él", supuso una ruptura con respecto a las formas de concebir la palabra. En el mismo sentido, el auge de las nuevas tecnologías de la palabra (principalmente ligadas al desarrollo de los medios electrónicos) parece haber reimpulsado la oralidad.

Ong apunta que esta oralidad secundaria, se asemeja a la oralidad primaria, pero también se distingue de ella: la primera se produce en presencia física de los hablantes (y se caracteriza por la participación, su insistencia en una construcción comunitaria, su concentración en el presente instantáneo, e incluso su empleo de fórmulas) y la otra, que se presenta en los medios de comunicación, posee rasgos más deliberados y formales, ya que se basa en la escritura y el material impreso. “Los nuevos medios de comunicación: fotografía, cine, radio (...) incluyen de una u otra manera la expresión escrita, la oral y la icónica convirtiéndose en medios masivos de comunicación y apartándose justamente de la escritura pura y reservada para las élites intelectuales” (Vilar; 1999).

#### Las diferencias

Es posible describir las diferencias entre oralidad y escritura en diversos campos: la relación entre emisor-texto, los mecanismos de adquisición de cada una, aspectos físico-formales, su relación con procesos de memoria (Barrera y Fracca; 1999) y el contexto.

En cuanto a la relación emisor-texto receptor, resulta central la ausencia física del emisor en la situación de lectura, que le confiere determinada autonomía al lector frente a la figura del oyente. Ligado a esto, la explicitación respecto de los contextos extraverbales también varía: mientras que la situación comunicativa y el lugar en el que se produce resultan evidentes en la primera relación, en los textos escritos los contextos de producción y recepción pueden (y suelen) ser autónomos, por lo que deben enunciarse. Cuando un orador se dirige a un público, sus oyentes se constituyen en una audiencia, de la cual forma parte también el orador; pero lo escrito aísla y no permite la conformación de un colectivo.

En lo que se refiere a la adquisición y desarrollo, la lengua oral está sujeta a factores como la maduración del individuo y su capacidad cognoscitiva. En el caso de la lengua escrita, podría limitarse a haber alcanzado un estado neuro-lingüístico (usualmente situado entre los cuatro y seis años), que queda abierto por un largo período: el habla oral es natural y la escritura es artificial.

Respecto de las diferencias físico-formales entre ambas codificaciones, sus unidades segmentales mínimas son distintas: el texto oral se percibe a partir los fonemas (es decir, sonidos que operan como instancias concretas de un sistema de unidades abstractas), mientras que la unidad mínima distintiva de la lengua escrita es el grafema que se actualiza en las letras o variantes.

Por último, acerca de la memorización, la oralidad supone la utilización de ciertos recursos mnemotécnicos para garantizar la trascendencia; en tanto que la escritura constituye un soporte de la memoria. Podemos señalar, en este sentido, que la primera es efímera, fugaz, y que la segunda es duradera (incluido el hecho que, a su vez, otorga prestigio social y credibilidad, e incluso un carácter testimonial) (5).

Podemos ampliar estas diferencias contextuales entre la escritura de la oralidad (Vilar; 1999). La comunicación escrita se efectúa a través del canal visual; por su parte, la comunicación oral se transmite por el canal auditivo. Mientras que el oyente percibe los sonidos sucesivamente, el lector tiene una percepción simultánea del texto en tanto totalidad. La comunicación a través de la oralidad es espontánea e inmediata: el emisor no puede borrar su emisión (y elabora al mismo tiempo que emite su mensaje y que llega al oyente). En cambio, la comunicación escrita es elaborada y diferida (y el emisor puede revisar y modificar su mensaje antes de que llegue al receptor; además, el receptor puede estimar cuándo y cuánto le demandará leer el texto, y puede repetir la lectura cuantas veces quiera).

Por otra parte, la oralidad se apoya en gran número de códigos paralingüísticos (el tono volumen y ritmo de la voz, los gestos, los movimientos corporales, la vestimenta, etcétera), mientras que las comunicaciones escritas deben desarrollar otros recursos para suplir estos significados. Finalmente, es posible distinguir varias diferencias textuales que, como no son parte de nuestro eje de discusión, sólo mencionamos: adecuación; coherencia, cohesión y léxico.

	ORALIDAD	ESCRITURA
	En grisado, las características de los SMS	
Relación entre emisor-texto	Presencialidad (generalmente)	Ausencia física del emisor
Contexto	Resulta evidente (generalmente) Constituye audiencias	Pueden ser autónomos (entonces, deben enunciarse) Individual
Canal	Auditivo	Visual
Mecanismos de adquisición	Sujeta a la maduración del individuo y su capacidad	Sujeta al estado de maduración neuro-lingüística

	cognoscitiva, entre otros Natural	Artificial
Aspectos físico-formales	Fonemas	Grafemas
Relación con procesos de memoria	Necesita recursos mnemotécnicos para garantizar la trascendencia  Efímera, fugaz	Constituye un soporte de la memoria  Duradera, testimonial
Códigos	Lingüístico, con apoyo en códigos paralingüísticos	Código lingüístico

SMS: entre la oralidad y la escritura

Utilizando los SMS, en los que se produce una sugerente combinación entre los rasgos escritos y orales-coloquiales, los jóvenes y no tan jóvenes, configuran "conversaciones de forma oral, hablan [...] de un modo espontáneo y no planificado [...]. En algunas ocasiones la comunicación se realiza a través del canal escrito, pero, incluso así, el lenguaje mantiene el estilo coloquial, dado que los otros factores –el tema, la finalidad interpersonal, etc.– permanecen inalterados (actúan, por tanto, como factores niveladores de la coloquialidad) y que, casi siempre, los escritos coloquiales juveniles [...] son un fiel reflejo del modo de producción oral, reproducen por escrito las interacciones y conversaciones entre jóvenes, tal y como se producen" (Herrero; 2002:67-96).

Si habíamos señalado la importancia de los elementos paralingüísticos en la comunicación oral, y su ausencia en la comunicación escrita, estos se hacen explícitos en el lenguaje de los SMS a través de un acrónimo, una abreviatura, la utilización de las mayúsculas o el dibujo de los emoticones ("emoticon de 'emotion' e 'icon', en español: *emoticones*), que complementan el lenguaje escrito o sustituyen los gestos físicos y las expresiones faciales, o bien como modo de evitar los malentendidos o para hacer la comunicación un poco más humana" (Cruz Piñol; 1999), en un intento de revertir la imposibilidad de utilizar ni los rasgos prosódicos (cambios de entonación, timbre, ritmo) ni los rasgos paralingüísticos o los extralingüísticos (gestos y expresiones faciales).

Por esto, algunos autores proponen que los nuevos medios tecnológicos utilizan una especie de "palabra oralizada" o una "oralidad escrita", un híbrido que posee rasgos del código escrito (porque se lee) y rasgos del código oral en tanto que es perecedero y se desarrolla en un espacio de tiempo más o menos sincrónico (Galán Rodríguez; 2007). Entonces, podemos colocar a los SMS en una categoría con rasgos mixtos donde una composición y un léxico cercanos al habla se transmiten a través del canal escrito (Bazzanella; 2005).

Entre los rasgos de esta nueva codificación podemos señalar la falta de conectores y conjunciones. Además, como ya señalamos, no existe la posibilidad de reorientar un mensaje después de enviado, funcionando como testimonio.

Asimismo, la utilización de las mayúsculas equivaldría a gritar (lo que se considera de mal gusto). Por otra parte, la lengua se ve abreviada (desaparecen algunas vocales y letras finales, se cambian sílabas, algunas grafías dobles se reducen a una sola o se transcriben por otras acústicamente equivalentes, los signos matemáticos y las cifras valen por lo que significan o por su sonido, se suprimen los espacios entre palabras, etc.), la sintaxis se vuelve aún más simple, menos estructurada se suprimen muchos signos de puntuación, los signos de interrogación y exclamación se escriben solamente al final y su posición resulta irrelevante (aunque su repetición marca el énfasis); y se dan por sabidos algunos contenidos (6).

"Los jóvenes escriben, y al mismo tiempo 'hablan', a través de esas abreviaturas, siglas, números, signos gráficos, "dibujan" pequeñas figuras construidas con la tecla del móvil, los emoticones, y usan esos textos breves que, aunque vehiculan contenidos muy variados, están fuertemente connotados desde el punto de vista emotivo" (Betti; 2006). La mimesis de la oralidad se evidencia perfectamente gracias al empleo de los íconos, lo que en el lenguaje hablado se realiza con la mímica y con los gestos. Y la misma función comunicativa es la de muchos intercambios orales: una comunicación fáctica, que sirve para establecer, mantener o verificar el contacto entre los interlocutores, a pesar de servir también como comunicación informativa (Cortelazzo; 2000: 29).

Este fenómeno se basa, principalmente, en el pequeño tamaño de la pantalla y el condicionante del valor de los mensajes en relación con un límite de caracteres susceptibles de ser enviado dentro de un mismo SMS (para una extensión máxima de 160 caracteres). En definitiva, como los SMS deben sintetizar toda la información posible en la menor cantidad de caracteres, conllevan a la configuración de todo un sistema lingüístico destinado a rentabilizar al máximo las posibilidades de comunicación.

Como vemos, las nuevas tecnologías han acelerado y modificado la superación de la dicotomía entre lo escrito y el habla, que aún antes de la llegada de los nuevos medios se advertían como elementos de un *continuum* (Bazzanella; 2005: 427-442). Sin

embargo, algunos autores indican que sería importante diferenciar lo oral de lo escrito y de lo coloquial: “no se escribe como se habla’ (y menos coloquialmente). Pero en la realidad existen ejemplos, como hemos visto, que aproximan el registro oral, en concreto, coloquial, al modo de escritura” (Briz; 1998). Los jóvenes, en sus SMS, usan el registro que conocen, que los relaciona al grupo al que pertenecen y que se refleja en estos escritos cortos y, sobre todo, veloces. Además, facilita la utilización de la convergencia intramedios y, asimismo, intermedios (computadora, MP3, a través de Bluetooth, Internet, y luego fotolog, blog, redes sociales, etc.)

A todos estos cruces, deberíamos agregarle, por si fuera poco, que es posible la conversión de mensajes de voz que “se dejan grabados en los buzones” en mensajes de texto, mediante el sistema Spin Vox. Por otra parte, y desde hace un par de años, un lector computarizado traduce en voz, sin ningún tipo de inflexión, los mensajes enviados como SMS. Finalmente, en septiembre de este año se anunció el lanzamiento del Nokia Braille Reader, capaz de transformar los mensajes de texto recibidos en vibraciones para comunicarlos al usuario. Mediante estos, las personas con disminución visual podrán percibir los signos, de un modo silencioso.

### Reflexiones de cierre: hacia competencias comunicativas móviles

Creemos que es posible sostener que estos cambios en el ámbito lingüístico-cognitivo introducidos por el uso de estos mensajes, al afectar la competencia comunicativa, condicionan la producción, recepción, codificación y decodificación en sentido amplio, y por ende, configuran nuevos sentidos de lo social y de las relaciones de socialidad. En este sentido, sostenemos que la reducción de textos a la cantidad de caracteres que entran en un solo *mensajito* puede estimular la creatividad, reinventando la expresión. Tal como vimos, en los SMS se evidencia una particular forma de escritura, caracterizada por la esquematización, simplificación y abstracción que se presenta a medio camino entre lo textual (escrito) y lo oral. En definitiva, “la integración –cada vez más real– de todas las modalidades de comunicación (visual, sonido, imagen, además de sensaciones táctiles, olfativas y gustativas) tendrá una repercusión lingüística que está aún por determinarse. Sin embargo, da la impresión de que los grandes avances tecnológicos en el ámbito de la comunicación son realmente los que van a la zaga del lenguaje, pues es el uso lingüístico el que está promoviendo el diseño y no a la inversa” (Galán Rodríguez, 2007). Entonces, no se trata sólo de un desplazamiento del código; creemos que el fenómeno de los SMS, al permitir cruzar características de la oralidad y la escritura, en conjunción con la inmediatez, entre otras, transforma a los sujetos en relación con dichas mediaciones del móvil.

Es posible pensar, en este sentido, que los jóvenes se inspiran y utilizan los telefonitos para actividades muy diversas, y que éstos, proporcionan y diseñan, de manera también móvil y en combinación con otros medios, las dimensiones de lo que los jóvenes pueden –y quieren– ser.

### Notas

(1) “Paso, tengo movida familiar el sábado. Besos. Cuéntame en el chat”.

(2) Los datos para nuestro país indican que existen 49.799.744 aparatos celulares en julio de 2009, con una cobertura de 124% sobre la población general, las llamadas realizadas desde móviles superaron los 4.307 millones y se enviaron 5.515.400.000 mensajes de texto en el mismo mes (equivalente a más de 123 mil por minuto).

(3) Respecto de los jóvenes, cabe preguntarnos si esos pasados biográficos no son marcados por lo tecnológico, en una especie de presente continuo cruzado con una memoria tecnológicamente mediada.

(4) En palabras del autor, se trataría de una semiótica cultural, que también está expresada por el modo de andar de la gente; a su vez, están representados –es decir, hechos metáforas– por el modo en que la gente clasifica las cosas, por las normas que establece y por otros modos de pensar.

(5) Levi-Strauss propone entender a la escritura como una memoria artificial que posibilitaría estar acompañada de una mayor conciencia del pasado, y por consiguiente, de una mayor capacidad para organizar el presente y el porvenir. Otros autores, en referencia directa a los SMS, sostienen que son efímeros, porque la comunicación ya no es un intercambio de información, sino un objeto de consumo y, por tanto, perdurable. En consecuencia, los mensajes SMS no pueden ser depósitos de la memoria (la función de “conservar y preservar” la lengua hablada que tuvo la escritura tradicional) porque su soporte no permite que se almacenen: la nueva escritura electrónica es efímera y se mantiene solamente el tiempo que se conserva en el archivo de mensajes o el instante en que tarda en cambiar de pantalla (como en los chats). Y, sin embargo, nadie dudaría de su condición textual escrita (Galán Rodríguez, C.; 2007).

(6) Otras reglas difundidas de este código son: no se utiliza el acento; los signos de interrogación y admiración van sólo al final; desaparecen la “h” y la “e” al principio de la palabra; se suprimen las vocales en las palabras más comunes (por ejemplo: dnd en lugar de donde); se aprovecha entero el sonido de las consonantes: t (te), m (me), k (ca); se sustituye sistemáticamente la “ch” por la “x” y la “ll” por la “y”; se abrevian las frases de uso más frecuente: kte? (que tal estás?), y tqm (te quiero mucho); siempre que se pueda, se utilizan números y signos matemáticos, bien por su significado, bien por su sonido: x (por), + o - (más o menos), 1 (uno/a), salu2 (saludos); se resumen al mínimo número de letras las partículas más usadas: tb (también), xa (para), xo (pero); el signo de multiplicar “x” se lo usa entre otras cosas, para sustituir los sonidos “por” o “par”.

## Bibliografía

- Barrera, L. y Fracca, L. (1999). *Psicolingüística y desarrollo del español II*. Caracas, Monte Ávila.
- Bazzanella, C. (2005). "Tratti prototipici del parlato e nuove tecnologie", en Burr, E. (ed.) *Tradizione ed innovazione. Linguistica e filologia italiana alle soglie di un nuovo millennio. Atti del VI Convegno SILFI*, Firenze, Cesati. Disponible en: [uni-duisburg.de](http://uni-duisburg.de)
- Briz, A. (1998). *El español coloquial: situación y uso*, Madrid, Arco Libros,
- Castells, M. y otros (2007): *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*, Ariel – Fundación Telefónica. Disponible en: [www.eumed.net/libros/2007c/312/](http://www.eumed.net/libros/2007c/312/).
- Cortelazzo, M. (2000) " '6 proprio 3mendo': dalla lettera ai messaggini in codice. Oralità, concisione, assenza di sintassi: Le caratteristiche di una scrittura 'allegria'", *Il Corriere della Sera*, Milano. [En línea]: [www.corriere.it/](http://www.corriere.it/) Acceso: 25/06/08
- Cruz Piñol, M. (1999): "Espan-L, un 'foro de debate' en la Internet sobre la lengua española", en *Estudios de Lingüística Española*, Vol. 1. Disponible en: [elies.rediris.es/](http://elies.rediris.es/)
- Galán Rodríguez, C. (2007): "Cncta kn nstrs: los SMS universitarios", *Revista de Estudios de Juventud*, Nº 78, Madrid. Disponible en: [www.injuve.mtas.es](http://www.injuve.mtas.es)
- García Canclini, N. (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- Giménez, G. (1997): "Materiales para una teoría de las identidades sociales". En: *Frontera Norte* # 18. México. El Colegio de la Frontera Norte, pp. 9-28.
- Giménez, G. (2005): "La concepción simbólica de la cultura". Seminario de Cultura y Representaciones Sociales. Disponible en: <http://www.paginasprodigy.com/>
- Halliday, M. (1994). *El Lenguaje como semiótica social*. Fondo de Cultura Económica. Santa Fe de Bogotá.
- Llácer, P. (1999). "Elementos para una tele-ética. Reconocimiento del otro en el ciberespacio". *Cuadernos Ciberespacio y Sociedad* Nº 3. Disponible en: <http://cys.derecho.org/03/llacer.html>
- Martín-Barbero, J. (1987) *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, España.
- Martín-Barbero, J. (1995) "Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático". Pre-Textos. Conversaciones sobre las comunicaciones y sus contextos. Cali: Programa Editorial Facultad de Artes Integradas, Universidad del Valle.
- Martín-Barbero, J. (1999) "Los descentramientos del arte y la comunicación". En: Ossa, Carlos (comp.): *La Pantalla Delirante*. Lom Ediciones, Universidad Arcis.
- Martín-Barbero, J. (2002): "Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo", en *Diálogos de la Comunicación*, 64, 8-25.
- Martin, M. V. (2008) "Acerca de las identidades juveniles y la cuarta pantalla", publicado en *Question*, FPYCS, Universidad Nacional de La Plata Vol. XVII. Disponible en <http://www.perio.unlp.edu.ar/question/nivel2/ensayo.htm>
- Martin, M. V. (2009). "Identidades juveniles móviles: la (re)configuración de lo social a partir del uso de la telefonía celular", *Revista F@ro*, Universidad de Playa Ancha, Chile. Nº 8, Año 5. Disponible en [web.upla.cl/revistafaro/](http://web.upla.cl/revistafaro/)
- Ong, W. (1987) *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*, FCE, México.
- Rizo, M. (2004): "El Papel de la Comunicación en la Construcción de Identidades", en la *Revista Comunicología@: indicios y conjeturas*, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Número 1, Disponible en: <http://revistacomunicologia.org/>
- VILAR, J. (1999). "La oralidad entre otras formas de comunicación", *Razón y palabra*, Nº 15, Año 4, México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx>.

## Otras fuentes

- "Mensajes de voz de celulares llegarán como mensaje de texto", *MinutoUno.com*, 13/07/2009.
- "Estadística de Servicios Públicos", INDEC, Buenos Aires, 30 de septiembre de 2009. En <http://www.indec.mecon.ar/>. Acceso: 15/10/2009.
- "Homo mobilis", *The Economist*, EEUU, 10 de abril de 2008. [En línea]: [www.economist.com](http://www.economist.com). Obtenido el 26 de agosto de 2008.
- CNC- Comisión Nacional de Comunicaciones, en <http://www.cnc.gov.ar>. Acceso: 15/10/2009.

MARÍA VICTORIA MARTIN

Licenciada y Profesora en Comunicación, Magíster en PLANGESCO y Doctoranda (Universidad Nacional de La Plata, Argentina).

Profesora-investigadora en la Universidad Nacional de Quilmes y de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP).  
Capacitadora en problemáticas referidas a identidades juveniles contemporáneas, del Ministerio de Educación de la Nación y el BID (2005-2007). Becaria de investigación (UNLP- 2000/2006).